Iceland
Liechtenstein
Norway

Active citizens fund

PLCMKNG!
ODLUČIVANJE KROZ PLACEMAKING

URBANE INTERVENCIJE KROZ PLACEMAKING KAO SREDSTVO MLADIH ZA RAZVOJ LOKALNE ZAJEDNICE

KREATIVNI PLACEMAKING priručnik

ORGANIZATOR:

ka-matrix

Priručnik Kreativni placemaking kao sredstvo mladih za razvoj lokalne zajednice sadrži tekstove s primjerima dobre prakse planiranja, korištenja i upravljanja javnim prostorima koji mogu biti korisni za buduće aktivnosti vezane za oživljavanje gradskih prostora.
Priručnik je namijenjen za neformalno obrazovanje mladih, ali i stručnjacima i predstavnicima državnih institucija i lokalnih samouprava koji sudjeluju u planiranju i uređenju javnih prostora.
Realiziran je u sklopu projekta Građanske intervencije u javnim prostorima – odlučivanje kroz placemaking.

Priručnik sadrži prevedene dijelove tekstova iz:

Americans for the Arts
https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/ROW-Creative-Placemaking-handout.doc.pdf

National Endowment for the Arts
https://www.arts.gov/impact/creative-placemaking

LISC
https://www.lisc.org/our-initiatives/creative-placemaking/main/creative-placemaking-toolkit/introduction-creative-placemaking/

Placemaking Chicago
http://www.placemakingchicago.com/about/

Project for public spaces
https://www.pps.org/article/what-is-placemaking

IFAS Extension University of Florida
https://sfyl.ifas.ufl.edu/archive/hot_topics/families_and_consumers/youth_and_community_development.shtml



UVOD ...4
ŠTO JE KREATIVNI PLACEMAKING? ...5
KAKO PREPOZNATI KREATIVNI PLACEMAKING U JAVNOSTI? ...6
„PLACEMAKING JE PONAVLJAJUĆI PROCES"...6
UKLJUČIVANJE MLADIH U PLACEMAKING ...7
11 NAČELA PLACEMAKINGA ...8
ŠTO NEKO MJESTO ČINI DOBRIM? ...10
4 KVALITETE USPJEŠNOG MJESTA ...11
KAKO PROVESTI PLACEMAKING? ...12
PRIMJERI ODRAĐENIH RADIONICA ...15
KREIRAJ SVOJ PLACEMAKING – RADNI MATERIJAL ...17
ZAKLJUČAK ...19

UVOD

Polazeći od postavke da je grad zajednica ljudi, a ne građevina, te da su ljudi dio zajednice, trebamo utvrditi skup zajedničkih vrijednosti. Te vrijednosti nam služe kao osnova za stvaranje vizije za naš grad te nas motivira da tu viziju i ostvarimo. Vrijednosti za gradska područja su: grad po mjeri čovjeka, gustoća, održivost, raznolikost, ekonomska stabilnost, umjetnost u javnim prostorima, osjećaj za vrijeme, jedinstvenost, autentičnost, sigurnost, povezanost s vanjskim prostorom.

Stvoriti grad po mjeri čovjeka je veoma važno jer ljudi vole udobnost u svom okruženju. Svatko si bira mjesto gdje će živjeti po osjećaju pripadnosti i udobnosti. Grad bi trebao imati osobinu u sebi da izazove kod građana da je to mjesto izgrađeno baš za njih. Brojnost ljudi, zgrada i aktivnosti stvaraju njegovu gustoću. Time se olakšava komercijalna i socijalna interakcija, što okuplja mnogo ljudi na jednom prostoru. To stvara održivost grada koja je velika vrijednost za njega. Grad je okvir za naš život i život naših obitelji. Podrazumijeva da buduće generacije građana imaju na raspolaganju istu fleksibilnost i izbore kakve smo mi imali. Također obuhvaća ponovnu upotrebu postojećih građevina, izgradnju zgrada s duljim životnim vijekom, smanjenje potrošnje energije, razvije osjećaj za reciklažu, izgradnja fleksibilnih zgrada, koje im mogu poslužiti za različite namjene u budućnosti.
Obuhvaća i ekonomsku stabilnost, jer stabilnost donosi razumne cijene za dostupne poslovne prostore i ulaganje u prostore koji mogu ostvariti prihod koji je potreban za održavanje istih.

Raznolikost je snaga društva i jedan od osnovnih principa demokracije. Mjesto koje je raznoliko donosi više mogućnosti, kreativnosti te doprinosi ostvarenju kulture. Bez ekonomske stabilnosti revitalizacija bilo kakvog prostora nije moguća. Nju postižemo samo ako svi dijelovi ekonomije funkcioniraju i rade zajedno. U javne prostore unosimo umjetnost koja ističe pozitivne stvari u gradu. Predstavlja javno dobro, koje predstavlja određeni identitet u zajednici i prikazuje kulturu regije.

Prebrzi razvoj može dovesti do uništenja resursa, čiju vrijednost shvatimo kasno, kada već nestanu. Grad postaje vredniji kada osjetimo njegovu povijest. Svaki grad jedinstven je na svoj način. Jedinstvenost je važan faktor i pozitivna sila u izgradnji zdrave zajednice. Ljudi kreiraju grad, a oni ljudi koji imaju osjećaj za autentičnost, bit će sposobniji da stvori osjećaj pripadnosti i zajednice. Ako je fizički prostor dobro usklađen s autentičnosti i povijesti, ljudi će imati više vjere u grad, prisustvovat će na više događanja i poistovjetit će se sa svojim gradom.

Veoma težak i važan proces je stvaranje sigurnih javnih mjesta. Kroz razne aktivnosti i samim dizajnom javnog prostora, trudimo se pružiti građanima da osjete sigurnost u svome gradu. Vanjsko okruženje nam pruža mogućnost za oživljavanje osjetila i života ljudi koji provode dosta vremena u zatvorenim prostorima. Iz tog razloga građani većinom jako dobro reagiraju na projekte koji obogaćuju otvorene prostore.

ŠTO JE "KREATIVNI PLACEMAKING"?

Izraz "Kreativni placemaking" često se koristi u razvoju zajednice i grada. Ali što to zapravo znači?

Kreativni placemaking općenito se shvaća kao korištenje umjetnosti i kulture od strane različitih dionika kako bi strateški oblikovali fizički i društveni karakter mjesta kako bi potaknuli ekonomski razvoj, promicali trajne društvene promjene i poboljšali okoliš.

1. KORIŠTENJE UMJETNOSTI I KULTURE

Može uključivati slikara, glazbenika, kipara, povjesničara, arhitekta ili bilo kojeg umjetnika. Projekt može uključivati izradu murala, organizaciju uličnog karnevala, mini koncert uživo na trgu ili javnu instalaciju u prostoru. Bitno je da su u proces planiranja i izvođenja aktivnosti uključeni umjetnici.



2. RAZLIČITI DIONICI

Dionici mogu biti stanovnici, tvrtke, neprofitne organizacije, lokalna samouprava, škole i drugi zainteresirani za proces. Različiti sudionici koji ulažu vrijeme, talent i/ili financijsku podršku će ojačati projekt i preuzeti veću odgovornost za njegovo dugoročno održavanje .

3. OBLIKUJTE MJESTO

Kombinacija umjetnosti, kulture i različitih dionika može promijeniti neiskorišteno mjesto i učiniti ga korisnim, sigurnim, lijepim i živim.

4. POTAKNUTI, PROMOVIRATI I POBOLJŠATI

Bilo da je projekt velik ili mali, niskobudžetan ili vrlo skup, uspješan kreativni placemaking privlači ljude. Ljudi žele biti blizu drugih ljudi. Mjesta koja privlače ljude također privlače nove poslove, stambene objekte, škole i druge pogodnosti. Ovo postaje katalizator za druga poboljšanja.



KAKO PREPOZNATI KREATIVNI PLACEMAKING KADA GA VIDITE?

Neki primjeri kreativnog placemakinga su:

1. **Napuštena zgrada postaje umjetnički atelje i galerijski prostor**
2. **Napušteno parkiralište postaje uže gradsko nogometno igralište, košarkaško igralište i prostor za kino na otvorenom**
3. **Zarasli park postaje mjesto za vanjske knjižnice, vrtne klubove, šah, igre, glazbu uživo i javnu umjetnost**

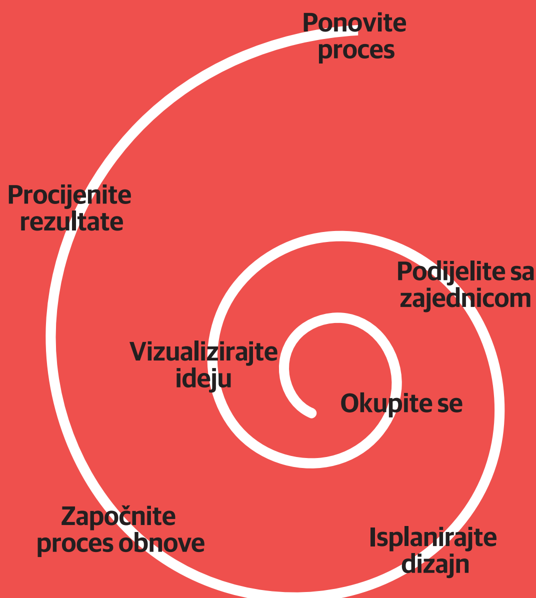
PO ČEMU SE KREATIVNI PLACEMAKING RAZLIKUJE OD TRADICIONALNIH UMJETNIČKIH I KULTURNIH PROJEKATA?

Kreativni placemaking radi na rješavanju problema ili izazova u našim zajednicama. Radeći zajedno, umjetnici, stanovnici i razne organizacije identificiraju potrebe zajednice i stvaraju inovativna rješenja za probleme koji su pri ruci.

Ovi izazovi spadaju u više kategorija uključujući: društvenu koheziju, građanski angažman, rješavanje problema u fizičkom okruženju, stvaranje ekonomskih prilika ili utjecaj na sustave u zajednicama.

KREATIVNI PLACEMAKING JE PONAVLJAJUĆI PROCES

Puno puta proces donosi važnije rezultate od konačnog projekta. Ti ishodi mogu uključivati jačanje građanskog angažmana, razvoj dugoročnih partnerstava i trajnu promjenu sustava. Važno je razumjeti da je proces kreativnog placemakinga upravo to - proces.
Grafički prikaz "dizajn razmišljanja" u nastavku pokazuje kako bi vaša zajednica mogla raditi zajedno kako bi prošla kroz proces.



UKLJUČIVANJE MLADIH U PLACEMAKING

Mladi koriste javne prostore jednako kao i svi drugi, ako ne i više, a najčešće nisu uključeni u proces oblikovanja/stvaranja prostora. Aktivnim djelovanjem u prilagođenim prostorima, mladi se mogu osjećati kao da ulažu u svoju zajednicu i mogu razviti snažan osjećaj "vlasništva" i pripadanja tim istim prostorima.
Oni mogu biti izuzetno domišljati i zato je potrebno da se uključe u proces od samog početka (planiranja). Time ujedno i šaljemo poruku da su oni važan dio naše zajednice.



Ponekad ih može biti teško angažirati, ovisno o tome kako im pristupite, a u potpunosti sudjeluju kada:

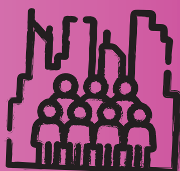
1. **Imaju potpuno razumijevanje i sveobuhvatno znanje o projektu**
2. **Iskreno su zainteresirani za projekt**
3. **Ulažu u projekt i mogu vizualizirati rezultate**

KAKO UKLJUČITI MLADE U PROCES PLACEMAKINGA?

- **Važno je dopustiti im da uđu kada su spremni i da svatko govori na svoj način.**
- **Dati im priliku da ponude svoj doprinos.**
- **Omogućiti im aktivnu suradnju s odraslima - integrirajte mlade u odbore s odraslima koji mogu djelovati kao mentori.**
- **Formirajte odnose s učiteljima koji angažiraju mlade u pitanjima zajednice kako biste povećali uključenost mladih.**
- **Poticati ih da prepoznaju vlastite interese i aktivnosti u kojima mogu napraviti pozitivne promjene.**
- **Omogućiti im da se suoče s ozbiljnim društvenim problemima i postanu aktivni građani zajednice.**
- **Redovito procjenjujte napore za uključivanje mladih kako biste identificirali i kapitalizirali prednosti, identificirali i riješili slabosti te pomogli u postizanju značajnijeg sudjelovanja.**



11 NAČELA PLACEMAKINGA



1. "Zajednica je stručnjak"

Ljudi koji borave u prostoru najbolje će znati koji su mu nedostaci, pa je stoga komunikacija s njima veoma bitna. Moguće je da će vam pomoći i u rješavanju problema vezanog za prostor. Njihove ideje su vrlo bitne za stvaranje funkcionalnog prostora u zajednici.



2. Vi stvarate mjesto, ne dizajn!

Dizajn je važan kako bi se stvorilo mjesto, jer nitko ne želi boraviti u mjestu u kojem se ne osjeća ugodno. Redovitim korištenjem prostora najbolje vidite kako prostor treba izgledati, jer bez korištenja i događanja prostor ne postoji.



3. Ne možete to učiniti sami

Rijetko kada išta možete učiniti sami pa su vam tako i za placemaking potrebni partneri. Oni donose nove ideje, pružaju financijsku pomoć te pomažu oko kreiranja plana aktivnosti. Ako želite stvoriti veliku javnu površinu za druženje biti će Vam potrebni svi susjedi i ljudi u blizini, jer oni stvaraju mjesto.



4. "To ne može biti učinjeno!"

U svakoj zajednici postoji osoba koja uvijek sve gleda crno i negativno. Kada ideja nije tipična ili ju organizacija još nije provodila, uvijek postoji netko tko će reći " to ne možemo napraviti". Razlozi će biti razni, ali najveći je strah od nepoznatog. Zato je uvijek potrebno uz sebe imati osobu koja će biti uporna, dijeliti vašu viziju te vam pružiti potporu.



5. Možete vidjeti puno samo promatranjem

Uvijek je greška kada ljudi ulažu puno sredstava u uređenje nekog javnog prostora prema vlastitim željama. Potrebno je prostor promatrati da se vidi koja mu je namjena, jer ćemo tako najbolje shvatiti kako prostor koristiti i zatim ga prema tome urediti.

6. Razviti viziju



Za stvaranje karaktera i korisnika javnog prostora potrebna je unaprijed stvorena vizija za prostor. Jer ne možemo, npr. krenuti uređivati trg bez unaprijed stvorene vizije. Moramo predvidjeti čemu će služiti, što će se održavati na tom prostoru, koji su mu korisnici te hoće li uopće koristiti zajednici.

7. Oblik podržava funkciju



Često ljudi tek nakon izgradnje prostora razmišljaju kako će ga koristiti, te time povećavaju troškove samog uređenja. Aktivni korisnici, pri izradi i sanaciji prostora, mogu smanjiti troškove za bespotrebno i skupo uređenje ako se unaprijed osmisle aktivnosti u tom prostoru.

8. Triangulacija



Elementi koji se nalaze jedan uz drugog poticat će stvaranje aktivnosti. Npr. kanta za smeće, klupica i aparat za kavu u blizini autobusne stanice, stvorit će bolju sinergiju ako su jedan blizu drugoga nego da su udaljeni.

9. Počnite sa cvijećem



Kada se počinje s uređenjem nekog prostora, najlakše je početi s manjim, lako izvodljivim stvarima, koje mogu odmah donijeti korist javnom prostoru i ljudima koji ga koriste. Cvijeće uvijek osvježi prostor i potakne kreativnost. Krenuvši od jedne biljke Logan Squares Corner Farm je od mjesta gdje se uzgajao bosiljak, postala uspješna farma koju vode volonteri. Volonteri su izgradili boksove, dodali zemlju i posadili biljke. Sav urod donira se socijalno ugroženim obiteljima.

10. Novac nije problem



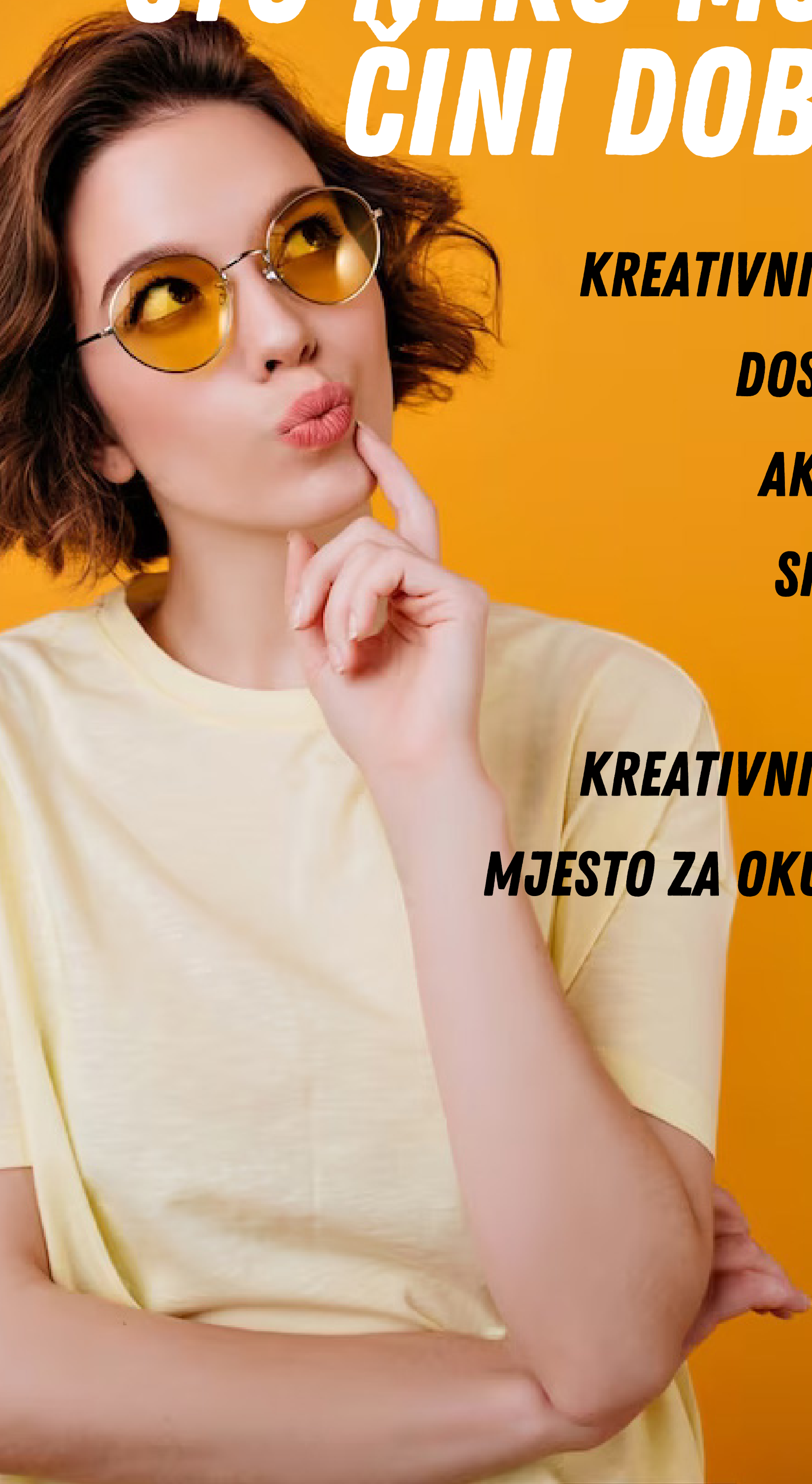
Nedostatak novca česta je izlika da se ništa ne radi. Sredstva za poboljšanje i obnovu javnih prostora su rijetka, ali zato je potrebno imati dobre partnere, koje stalno morate podsjećati zašto je to mjesto bitno i kako će pridonijeti zajednici. Samo mjesto, njegove aktivnosti te vidljivost u kombinaciji s lokalnim partnerima, može privući resurse koji su ključni za aktiviranje i unapređenje tog prostora.

11. Nikada niste gotovi



Kada se mjesto uredi i krenu aktivnosti, uvijek će biti dodatnog posla za napraviti. Stoga je za prostor potrebno imati sposobnog voditelja, koji će moći koordinirati sve aktivnosti kroz dan, mjesec, godinu. S obzirom na tijek prirode i neočekivane promjene, treba razvijati sposobnost da prostor učinkovito funkcionira. Dobro upravljanje je ključno za uspjeh nekog mjesta.

ŠTO NEKO MJESTO ČINI DOBRIM?



- KREATIVNI SADRŽAJ ✓
- DOSTUPNOST ✓
- AKTIVNOSTI ✓
- SIGURNOST ✓
- KULTURA ✓
- KREATIVNI SADRŽAJ ✓
- MJESTO ZA OKUPLJANJE ✓

4 KVALITETE USPJEŠNOG MJESTA

1. PRISTUP I POVEZANOST

Mjesto treba biti dobro povezano sa svojim okruženjem, vizualno i fizički. Mora biti vidljivo, lako dostupno, a kretanje mora biti nesmetano. Fizički elementi utječu na pristupačnost - npr. ugodnije je hodati po ulici koja je popunjena raznim trgovinama i izlozima, nego hodati po praznoj ulici kojoj se ne nazire kraj. Također javna mjesta moraju imati veliki broj parkirnih mjesta i blizinu javnog prijevoza.



2. UDOBNOST I IZGLED

Udobnost i izgled presudni su hoće li će se neko mjesto koristiti i ima li uopće smisla započinjati projekt. Čistoća, okolne zgrade ili okoliš, te karakter mjesta često su ono na što ljudi prvo pomisle. Također razmišljaju o raznim pitanjima - npr. postoji li udobno mjesto za sjesti, ima li hlada, zaklona od kiše, kakav je pogled i slično.
Nitko ne voli dolaziti na mjesta na kojima se ne osjeća ugodno.

3. NAČINI KORIŠTENJA I AKTIVNOSTI

Plesne predstave, besplatni javni koncerti, umjetnički događaji, kazališne predstave i mnoge druge aktivnosti čine mjesto takvim kakvo je i daju mu prepoznatljivost.
Građani tako povezuju mjesto i aktivnosti s vlastitim iskustvima, te tako postaju jedan od razloga zašto ljudi dolaze i vraćaju se, čine mjesto posebnim, jedinstvenim i izazivaju ponos u zajednici.

4. DRUŠTVENI KARAKTER

Društveni karakter je teško dostižna i prepoznatljiva kvaliteta koju neko mjesto može postići. Kako bi mjesto dobilo vlastitu identifikaciju u društvu mora se posložiti mnogo čimbenika, uložiti puno truda i vremena. Vidimo li da se ljudi druže sa svojim prijateljima, susreću nove ljude i da se osjećaju ugodno u razgovoru i dijeljenju mjesta s nepoznatima znate da ste postigli svoj cilj.



KAKO PROVESTI PLACEMAKING?

1. PROCIJENI IZAZOV S KOJIM SE JAVNI PROSTOR SUOČAVA

Proces počinje neformalnom procjenom javnog prostora. Započnite sazivanjem skupštine mogućih vođa zajednica i građana kako bi odredili 10-ak najvažnijih mjesta u tom području. Ti prostori mogu biti mjesta za koja mislimo da su već uspješna ili ona koje treba oživjeti tj. poboljšati. Ova početna skupina može vam pomoći da se formira radna skupina. Također je potrebno navesti razloge zašto mislite da su ti prostori uspješni ili ne.
Karte, planovi, foto i video dokumentacija su veoma bitni za stjecanje uvida u prostor. Ova procjena pomoći će vam odrediti probleme i izazove koje treba riješiti. Iz tog popisa možete vidjeti kojem javnom mjestu najviše treba poboljšanje.

2. IZABERITE MJESTO INTERVENCIJE

Nakon odabranog mjesta potrebno je provjeriti s upravom što se smije uopće napraviti na tom javnom mjestu. Prostor može imati ograničenja pa vam to može poremetiti planove. Po utvrđivanju dostupnosti mjesta, morate početi razmišljati o elementima koji bi pridonijeli uspješnosti projekta. Osnovni kriteriji za uspjeh nekog mjesta su: dostupnost; ljudi koji sudjeluju u aktivnostima; ugodnost; te da bude mjesto gdje su ljudi odlučili izaći i upoznati nove ljude. Obično je jako teško zadovoljiti sve kriterije, ali bitno je zadovoljiti barem dva kako bi se mjesto smatralo uspješnim.

Kada dođete na mjesto gdje želite provesti placemaking, stanite, okrenite oko sebe, pogledajte mjesto drugim očima, ispitajte njegove mogućnosti i pokušajte ih povezati s četiri prethodno navedene karakteristike.

3. AKTIVNO SUDJELOVANJE SVIH KORISNIKA

Ovaj korak usko je vezan za način na koji je mjesto za placemaking izabrano. Metodu obično pokreću ljudi koji žive, rade, druže se na tom prostoru. Tu početnu skupinu ljudi nastojimo proširiti. Jaki lokalni partneri su neophodni za pružanje osnovnih informacija te najbolje mogu objasniti dinamiku zajednice. Najlakši način kako započeti proces je angažiranjem ljudi oko sebe. Pitajte susjeda što bi on htio u svojoj okolini, neka vam predloži ideje za poboljšanje zajednice. Tako ćete ih potaknuti da oni pitaju svoje susjede i prijatelje te ćete tako skupiti više ljudi koji će sudjelovati u Placemakingu. Lokalni poduzetnici također moraju biti involvirani.



Tvrtke bolje obavljaju posao kada su ljudi oko njih sretniji. Uključivanjem dugogodišnjih stanovnika u cijeli proces donijeti će vam bolju sliku o tome kako je mjesto prije izgledalo, kakve promjene su nastale i koja su sredstva izgubljena tijekom vremena.

Nevladine organizacije s naglaskom na gospodarske djelatnosti, mlade, starije, zaštitu okoliša, arhitekturu, umjetnost i kulturu mogu vam biti odlični partneri u procesu Placemakinga.

Neprofitne organizacije mogu pružiti dosta podrške u naturi, kao što su prostorije za sastanke i radionice. Trebat ćete pomoć lokalnih vlasti i privatnog sektora kako bi se zadovoljili ciljevi.

Pojedini stručnjaci poput arhitekta, umjetnika, urbanista trebaju biti uključeni od početka u proces. Oni mogu pomoći s dizajnom te osigurati povijesne i lokalne karakteristike mjesta koje je očuvano.

Uključivanjem što više sudionika različitih profila, projekt dobiva veću vrijednost, a time i mogućnost da zaživi.



4. PRIKUPLJANJE PODATAKA O PROSTORU

Metode prikupljanja podataka ovise o samom prostoru. Potrebno ih je provoditi više puta tijekom različitih razdoblja, radnim danom, vikendom, ujutro, popodne, navečer kako bi bolje shvatili protok samog mjesta.

5. ORGANIZIRANJE RADIONICA ZA EVALUACIJU ODABRANOG PROSTORA

Radionice se moraju organizirati u suradnji sa zainteresiranim sudionicima. Nju čine posebno znanje polaznika, zdrav razum i intuicija.

Na temelju moći promatranja, sudionici mogu brzo zbrojiti prednosti i nedostatke odabranog prostora i pokrenuti placemaking metodu te obično mjesto pretvoriti u cijenjenu imovinu zajednice.

6. PROVOĐENJE IDEJA U DJELO U SURADNJI S GRUPOM

Nekoliko dobrih ideja dobiti ćete na radionici. Sljedeći korak vam je da nađete volontere, grupu entuzijastičnih i utjecajnih ljudi da postanu članovi radne skupine.

Često je dobro i formirati tu radnu skupinu prije radionica kako bi vam pomogli u njenoj organizaciji. Svrha radne skupine je da sve ideje s radionice prikupe, prouče te ih ujedine u viziju i iz toga razviju konkretne prijedloge.

7. RAZVIJANJE VIZUALNOG KONCEPTA PLANA

Budući da su javni prostori vidljivi, važno je napraviti i kratkoročna poboljšanja kako bi mjesto funkcioniralo i bilo aktivno. Izrada plana čini se kao zahtjevni dio procesa, no jednostavne prostore možete dizajnirati sami ili uz pomoć nekoga tko ima oko za ono što prostor čini privlačan i koristan. Ako u tome možete osigurati pomoć stručnjaka i profesionalaca, možete očekivati kvalitetnije rezultate, a povećavate mogućnost da će vaše ideje biti prihvaćene i provedene u djelo.

8. IZRADA IZVJEŠTAJA I PREZENTACIJA

Napišite kratak sažetak koji sadrži rezultate placemaking radionica, sastanke radne skupine te vizualni konceptni plan. Izvješće treba graditi na sažetku rezultata radionice i vizije, dodajući kratkoročne i dugoročne ideje, partnere i prioritete. U izvještaju bi trebale stajati i ideje koje nisu bile prikazane u planu, kao i informacije kao što su popis idealnih partnera, predložen kratkoročni proračun i financijski plan.

Nakon toga potrebno je napraviti prezentaciju

sažetka i planova. Ona će vam dalje služiti kao vizualni alat kojim ćete se koristiti kako bi jasno i slikovito prikazali napredak javnog mjesta, te tako u svakom trenutku možete ukratko objasniti ciljeve projekta. Time ćete lakše privući partnere, vlasti, donatore i doprijeti do većeg broja građana.

9. PROVEDBA KRATKOROČNIH AKCIJA

Najvažniji korak u placemakingu je sama provedba. S njom treba započeti što prije, kako bi grupa ostala dinamična i kako bi se brzo dobili neki rezultati. Provedba ideja u djelo održat će sudionike entuzijastičnim i imat će volje za daljnji rad. Uvođenje novih aktivnosti na neki prostor su najbolja kratkoročna poboljšanja. Mogu se organizirati jednostavne privremene akcije poput sajma, vožnja biciklom, utrka, poljoprivredne tržnice i sličnih. Take vrste aktivnosti lako je organizirati, ne zahtijevaju puno sredstva i okupljaju puno ljudi na istom mjestu. Radna skupina bi trebala imati redovne sastanke kako bi pratila razvitak plana, te u svakom trenutku ima pravo odlučiti kako i kada uključiti više partnera.

10. IZRADA DUGOROČNIH PLANOVA UREĐENJA UPRAVLJANJA

DIZAJN PLANA - kratkoročna poboljšanja su bitna za dugoročno poboljšanje prostora. Praćenjem razvitka procesa morate identificirati sljedeće korake, nove partnere, nove izvore financiranja, te, ako je potrebno, izmijeniti ili ažurirati dugoročni plan za vaše mjesto. Ono što je također jedna od bitnih stvari je da sve morate dokumentirati i reklamirati svoje uspjehe.

PLAN UPRAVLJANJA - Dok se lokalne samouprave fokusiraju na osnovne usluge kao što su prikupljanje otpada, održavanje i rasvjetu, društvene ili poslovne organizacije prostorom upravljaju na dubljoj razini - pružaju ljudima osjećaj dobrodošlice; to upravljanje može se usporediti s upravljanjem hotela, koji gostima želi pružiti udobnost i vrhunske usluge kako bi se opet vratili.

Za dobro upravljanje prostorom može se stvoriti nova organizacija, koja će grad obavještavati o uspješnosti mjesta. Kako bi uvjerili grad da je prostor potreban moramo intervjuirati korisnike prostora; tako dajemo uvid u ispunjavanje dugoročnih planova.

11. PROCJENA REZULTATA I PONOVNA PRIMJENA

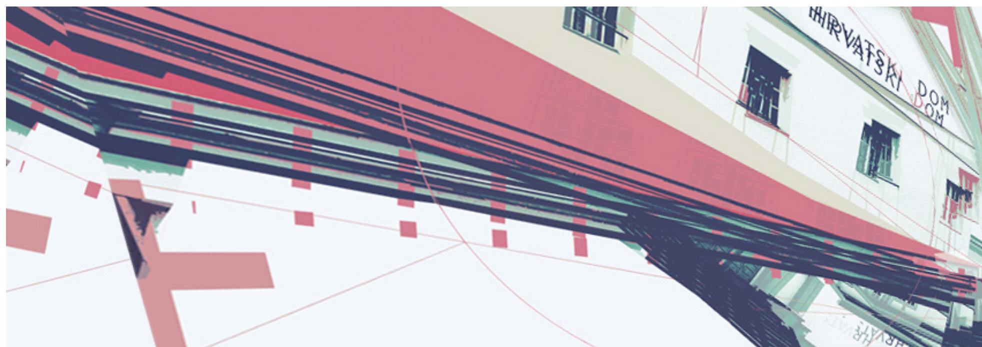
U ovom trenutku možete razmišljati o primjeni svoje placemaking metode u susjedne zajednice ili drugi grad. Moguće je da sudionici i članovi zajednice iz drugih mjesta prepoznaju vaš uspjeh, te sami krenu provoditi placemaking projekte.
Neka od pitanja koje si morate postaviti, ako želite proširiti svoju metodu su:

- ***koja još mjesta u zajednici treba promijeniti?***
- ***tko će financirati provedbu kratkoročnih poboljšanja?***
- ***koju će ulogu imati radna skupina?***
- ***treba li stvoriti novu radnu grupu ili će ostati stara?***
- ***postoji li potreba za Placemaking organizacijom?***



PRIMJERI ODRAĐENIH RADIONICA:

RADIONICA OBLIKOVANJA PROSTORA NA MALOJ SCENI



KA-MATRIX - udruga za društveni razvoj u okviru projekta **Making Space for Active Community** organizirala je radionicu ***Oblikovanje prostora: Uredimo Hrvatski dom kao društveno-kulturni centar***. Voditeljica programa bila je **Mirela Travar** iz *Mreže mladih Hrvatske.*

Radilo se o radionici oblikovanja prostora, metodom placemakinga, kojom se htjelo uključiti članove lokalne zajednice na aktivno sudjelovanje u osmišljavanju i razvoju društveno kulturnog centra u zgradi Hrvatskog doma u Karlovcu. Radionica je obuhvaćala scenarije oblikovanja prostora s ciljem stvaranja društvenog života u Domu odnosno otvaranje prostora za različite društvene i kulturne namjene.

Sudjelovanje je bilo otvorenog tipa i mogli su sudjelovati svi zainteresirani građani/ budući korisnici društveno kulturnog centra. Dobiveni su konkretni prijedlozi i ideje oko definiranja oblika, načina korištenja i budućeg programa.

GRAĐANSKE INTERVENCIJE U JAVNIM PROSTORIMA – ODLUČIVANJE KROZ PLACEMAKING

U sklopu projekta ,,Građanske intervencije u javnim prostorima - odlučivanje kroz placemaking" KA-MATRIX - udruga za društveni razvoj održala je pet tematskih interaktivnih radionica gdje su sudionici stekli znanja i vještine u području aktivne građanske participacije, kritičkom promišljanju u svrhu rada na temeljnim društvenim promjenama, socijalnoj akciji i izgradnji zajednice te osnovama o placemakingu.

Osim tematskih radionica, sudionici su imali priliku napraviti tri intervencije u prostorima koje smatraju potencijalnim za mlade. Intervencije su obuhvaćale pronalazak adekvatnog neiskorištenog prostora,

razvijanje ideje, međusobne sastanke i sastanke s Gradom, provođenje same intervencije te otvorenje i program iste. Kroz projekt sudionici su uspješno organizirali i proveli tri Ulične galerije.

1. ULIČNA GALERIJA NE SLUŠAJ DRUGE, BUDI SVOJ!









2.ULIČNA GALERIJA IZLOŽBA NA ŠTRIKU





3. ULIČNA GALERIJA STREET ART GALLERY



KREIRAJ SVOJ PLACEMAKING – RADNI MATERIJAL

U ovom dijelu možete pronaći početne korake kako bi krenuli s planiranjem svoje intervencije.

Više podataka i radni materijal možete pronaći na:

- www.ka-matrix.hr
- www.locus-placemaking.eu

Na idućoj fotografiji neiskorištenog prostora grada skiciraj svoju ideju kako ga promijeniti/iskoristiti:



1. Obrazložite svoju ideju (zašto ste baš odabrali ovaj prostor):

___

___

2. Koga uključiti (razmislite tko su sve vaši dionici - na koga će ova prenamjena imati utjecaj)?

___

___

3. Kako uključiti druge u proces stvaranja (tko vam sve može pomoći)?

___

___

4. Može li se izvesti bez poteškoća (navedite sve potencijalne rizike s kojima se možete susresti prilikom planiranja)?

___

___

5. Koji su potencijalni problemi pri stvaranju (definirajte probleme i načine njihovog rješavanja)?

___

___

6. Što vam je sve potrebno (napravite plan aktivnosti sa potrebnim resursima za svaku aktivnost)?

___

___

7. Je li to kratkoročan ili dugoročan projekt?

___

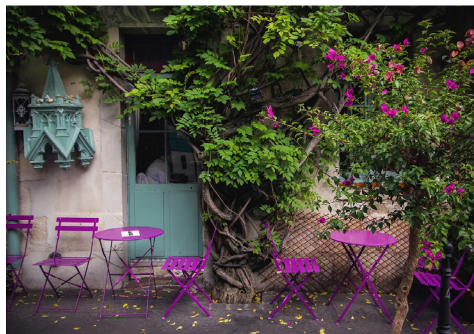
___



ZAKLJUČAK

Grad je zajednica ljudi koji u njemu žive. Svaki grad je poseban po svojoj povijesti, kulturi, sadržajima, inovativnosti. Sve su to faktori koji stvaraju okvire za ugodan život. Raznolikost i jedinstvenost je ono što će pridonijeti izgradnji zdrave i jake zajednice. Bitno je da građani shvate da su upravo oni ti koji kreiraju grad i da ga prilagode svojim potrebama kao i potrebama zajednice s kojim ga dijele.
Tako će stanovnici osjetiti pripadnost samome gradu, a to će pokazivati omogućavanjem, pomaganjem i sudjelovanjem u što više raznolikih aktivnosti i sadržaja.

Javni prostori su idealan primjer mjesta gdje se pripadnost gradu i zanimanje za njegove aktivnosti može jasno pokazati. Danas kada javni prostori gube svoju funkciju i značaj, treba se vratiti na ono prvobitno pitanje koje se često zanemaruje: *što ljudi od toga prostora zapravo žele?* **Placemaking je proces i filozofija koja se bavi ljudima, zajednicom i njihovim potrebama - i to na način da ih se izravno pita za njihovo mišljenje i njihove ideje.**
Ljudi koji žive na tom prostoru najbolje će znati reći što im nedostaje i što im je potrebno kako bi se njihov standard života povećao. Na takav način u ljudima se stvara osjećaj zajedništva i daje im se poticaj da se javnim prostorima udahne novi život. U placemaking treba uključiti cjelokupnu zajednicu i povezati ih s privatnim, javnim i neprofitnim organizacijama.



Treba biti svjestan i da uvijek postoje pojedinci koji će govoriti da se tako nešto ne može napraviti i pri tome nabrajati mnoge, više ili manje realne razloge, npr. da je projekt prekompliciran ili da nema dovoljno novca kako bi sve sprovelo u djelo. No, to nikako ne smije biti prepreka.



Placemaking se vrlo lako može započeti manjim projektima koji će brzo donijeti vidljive rezultate i pozitivne promjene. Na takav način ćete pridobiti i one koji prvobitno nisu bili na vašoj strani da aktivno sudjeluju u aktivnostima. Najbolje će vas ocijeniti zajednica u kojoj ste djelovali, a njihove prijedloge, pozitivne reakcije, pa i kritike, možete iskoristiti kako biste znali što treba popraviti.



Možete postati motivacija ljudima iz drugih gradova i potaknuti ih da i sami krenu poboljšati mjesta u kojima žive. Kako u svemu, tako i u placemakingu - najvažnija je upornost.

Izdavač:

ka-matrix

KA-MATRIX – Udruga za društveni razvoj
Jurja Haulika 22
47000 Karlovac

tel: 047/410 876
URL: ka-matrix.hr
e mail: info@ka-matrix.hr

Za izdavača:
Manuela Kasunić

Urednici:
Manuela Kasunić, Antonio Krstić

Priprema teksta:
Manuela Kasunić, Antonio Krstić

Grafičko oblikovanje i prijelom:
Studio Ratković, Karlovac

Izvori:
Freepik.com, Flaticon.com, Adobe.com

Naklada:
100 komada

Tisak:
Tiskara Žalac

Godina i mjesec objavljivanja:
Rujan, 2023.

Iceland
Liechtenstein
Norway
Active citizens fund

Projekt „Građanske intervencije u javnim prostorima – odlučivanje kroz placemaking" je podržan kroz Fond za aktivno građanstvo, sredstvima Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.